

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan hasil analisis data yang sudah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Usaha kerupuk UD. Devi Putri dalam perkembangan usahanya mempunyai strategi tersendiri untuk memasarkan produknya. Untuk produk yang ditawarkan oleh usaha kerupuk UD. Devi Putri pada pasar atau konsumen yaitu menyediakan berbagai jenis varian kerupuk. Dalam menetapkan harga pihak kerupuk UD. Devi Putri sangat mempertimbangkan dengan kebutuhan konsumen atau pengecer. Artinya ketika konsumen membutuhkan produk yang banyak maka pihak kerupuk UD. Devi Putri memberikan harga yang berbeda dengan yang lainnya. Promosi yang dilakukan oleh usaha kerupuk UD. Devi Putri adalah promosi periklanan hanya menggunakan logo, merek, alamat perusahaan, beserta nomor telepon perusahaan. Selain memasarkan produknya melalui mulut kemulut pihak usaha kerupuk UD. Devi Putri juga menggunakan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook* untuk memasarkan produknya agar lebih diketahui masyarakat luas. Distribusi yang ada dalam usaha kerupuk UD. Devi Putri yaitu melakukan kerjasama dengan pihak distributor, meskipun dalam tingkatan kecil seperti, warung-warung atau toko-toko, dan pengecer.

2. UD. Devi Putri mampu mensinergikan perspektif pemasaran syariah dianalisis menggunakan bauran pemasaran dan karakteristik syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realitis (*al-waqi'iyah*) dan humanitis (*al-insaniyyah*). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan produk halal dan jelas, harga sesuai dengan kondisi produk, tidak ada unsur penipuan, pelayanan baik dengan memperhatikan moral dan etika, tidak memotong jalur distribusi dan kejujuran dalam promosi, kejujuran dan menjaga hubungan dengan pembeli.

## **B. Saran**

1. Bagi UD. Devi Putri

Bagi produsen kerupuk UD. Devi Putri Dusun Kembangan Desa Bobang, dalam setiap kegiatan strategi pemasaran hendaknya ditujukan untuk meningkatkan manfaat dari suatu materi. Strategi pemasaran hendaknya mengutamakan kualitas daripada kuantitas, serta memperhatikan kesterilan produk. Tujuan strategi pemasaran dalam Islam adalah *mashlahah* umat, bukan untuk mencari keuntungan semata.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai strategi pemasaran kerupuk dalam menghadapi persaingan bisnis, hendaknya dengan metode penelitian atau teori yang lain sehingga hasil penelitiannya dapat menggambarkan secara menyeluruh mengenai strategi pemasaran kerupuk dalam menghadapi persaingan bisnis tersebut.